

Fonctionnalités

-  Le planning
-  La communication
-  La paie
-  Le tableau de bord
-  La badgeuse
-  La génération de documents
-  Smart Planner

Secteurs

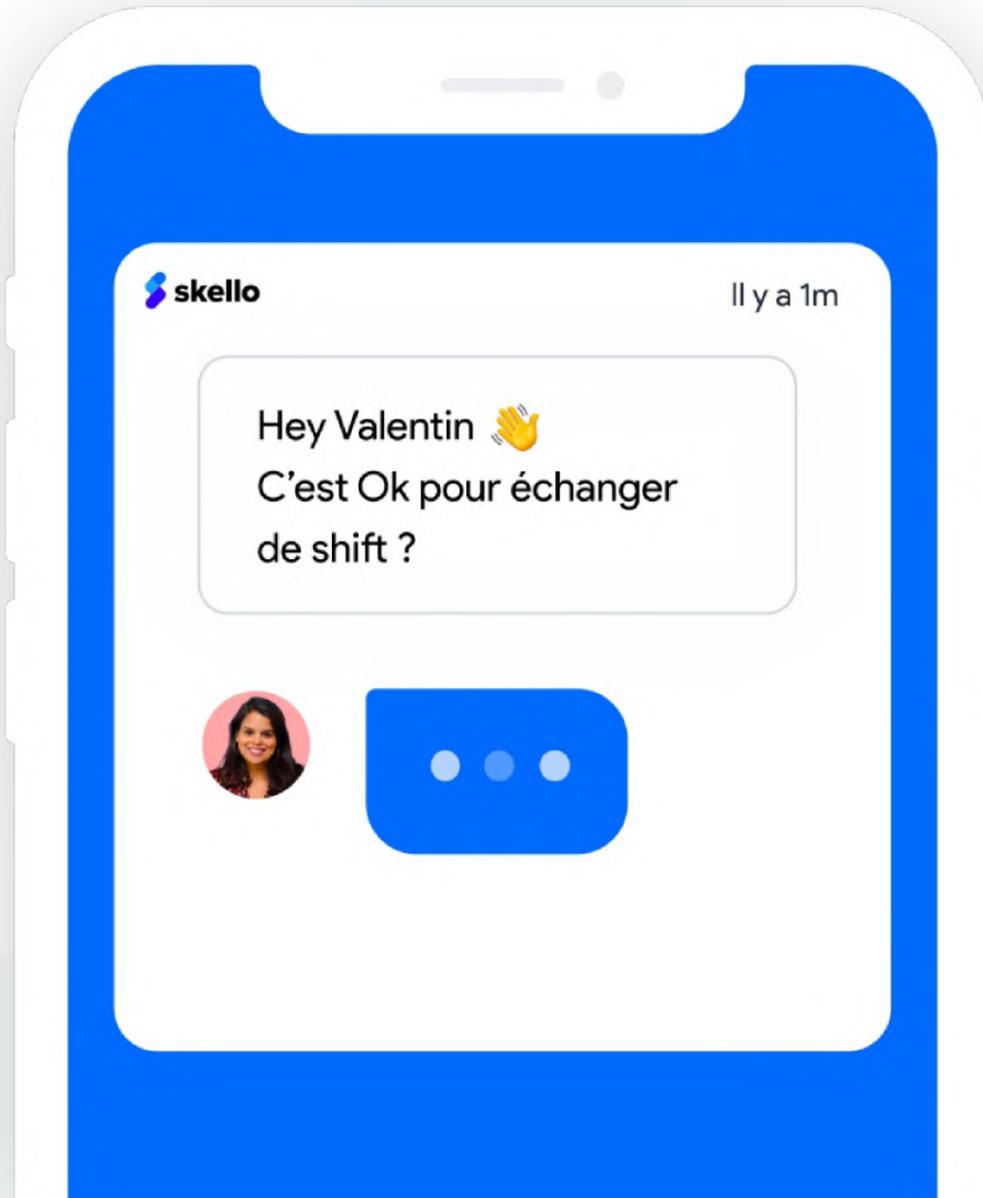
 Restauration Restaurateur, vous gérez des plannings du personnel ? En savoir plus	 Pharmacie Professionnel de la santé, vous gérez des plannings ? En savoir plus	 Boulangerie Boulangier, pâtissier, vous gérez des plannings ? En savoir plus	 Bien-être & loisirs Vous gérez des plannings RH dans le bien-être ou les loisirs ? En savoir plus
 Hôtellerie Professionnel de l'hébergement, vous gérez des plannings ? En savoir plus	 Commerce Alimentaire Vous gérez des plannings dans le Commerce Alimentaire ? En savoir plus	 Prêt-à-porter Vous gérez des RH dans le prêt-à-porter ? En savoir plus	 Autres Vous ne trouvez pas votre secteur d'activité ? Nous contacter

Une solution pour les professionnels 🤝

Skello est un outil qui touche de nombreux secteurs comme la restauration, le prêt-à-porter, la pharmacie et bien d'autres. Pour preuve, Adidas, Yves Rocher, Biocop et plus de 7000 entreprises utilisent la solution Skello. Cet outil propose de diverses fonctionnalités qui ont pour but d'aider les entreprises dans la gestion et l'organisation de leur personnel.

Tout au long de notre audit, nous avons pu analyser les différents éléments proposés par la solution.

		2 juillet - 8 juillet		Semaine 19	
Employés		Lun. 2	Mar. 3		
	Florian Alvarez 35h	15:00 - 19:00 Cuisine	Indisponible		
	Ariane Coulon 35h	15:00 - 19:00 Salle	15:00 - 19:00 S		
	Constance De Ray 35h	Indisponible	Indisponible		
	Raphaël Quioui Extra	08:30 - 15:00 Livraison	08:30 - 15:00 Livr		
	Jubéo Dizeiner 20h	08:30 - 15:00 Livraison	08:30 - 15:00 Livr		



Constat 1 : une segmentation par secteur d'activité et fonctionnalités

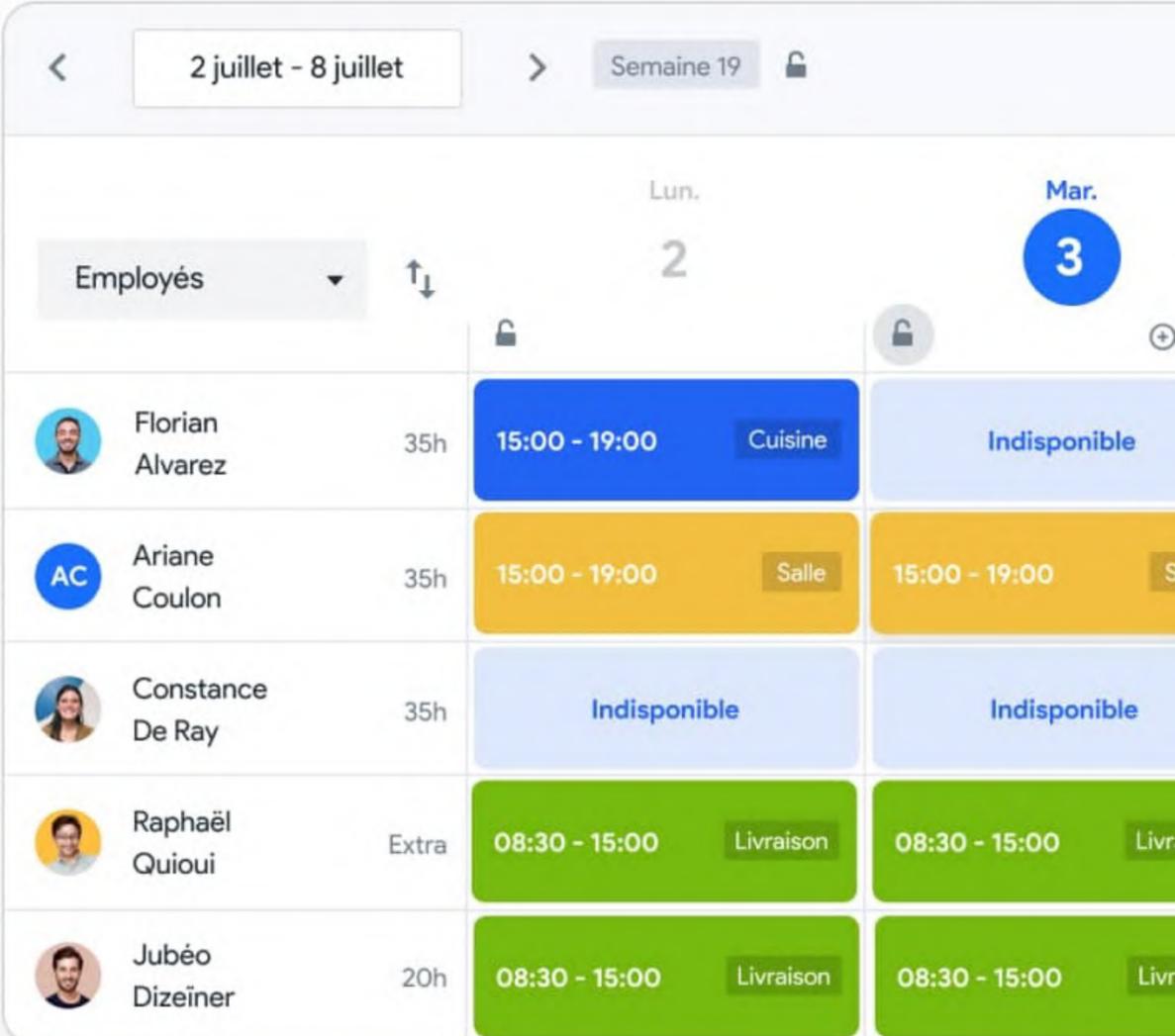
La segmentation se fait par le secteur d'activité. L'intérêt de cette segmentation réside dans le fait de regrouper les entreprises du même secteur et donc de proposer des solutions qui s'adapteront plus facilement aux problématiques rencontrées qui seront sensiblement les mêmes.

Cependant, les offres restent les mêmes selon le secteur et la taille d'entreprise. L'offre de Skello est segmentée par fonctionnalités.

Constat 2 : Des offres inadaptées

Skello propose 3 offres différentes plutôt claires, cependant, elles ne permettent pas de savoir réellement si telle ou telle offre est adaptée aux tailles d'entreprises.

Cela peut donc dissuader les petites entreprises de choisir une offre, car elles peuvent penser que ces offres sont destinés aux plus grosses entreprises.



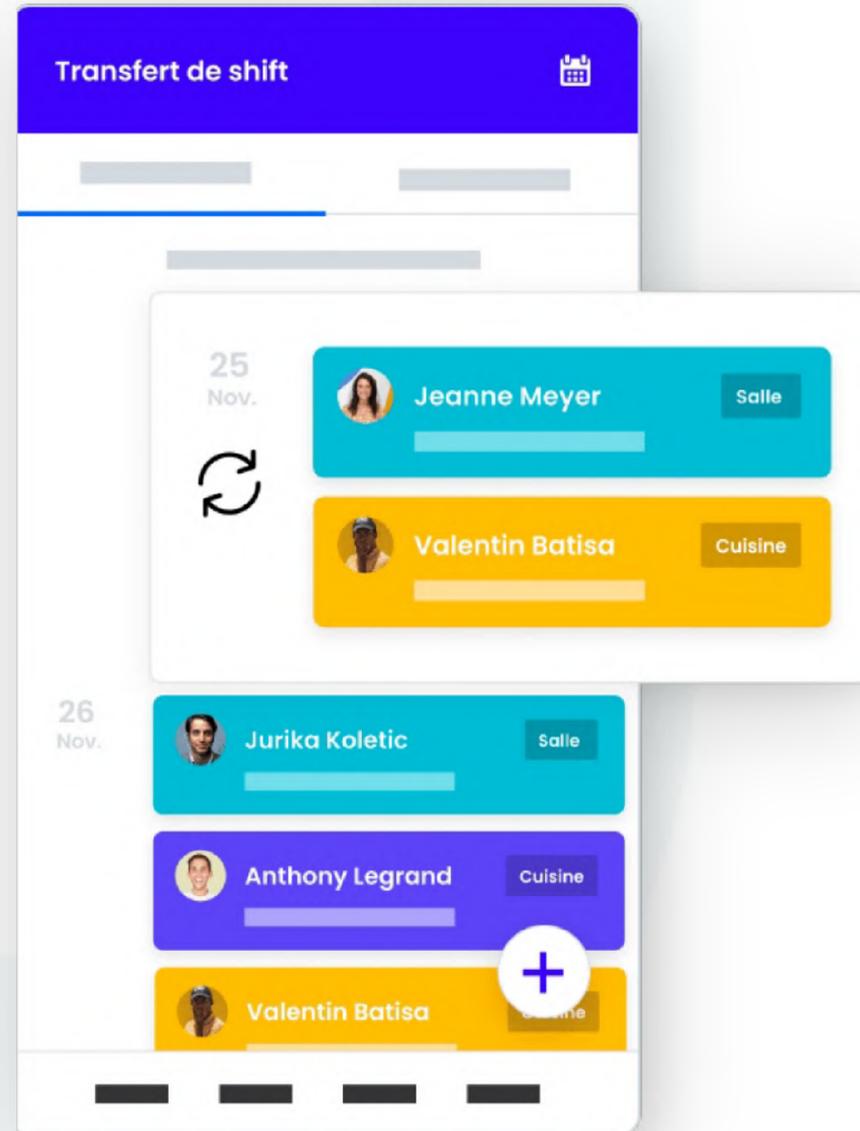
The screenshot shows a scheduling interface for the week of July 2nd to 8th. The interface is titled "2 juillet - 8 juillet" and "Semaine 19". It displays a grid of employee availability for two days: Monday (Lun.) and Tuesday (Mar.). The employees listed are Florian Alvarez, Ariane Coulon, Constance De Ray, Raphaël Quioui, and Jubéo Dizeiner. Each employee's availability is shown in a colored block with their name, profile picture, and the specific time slot and activity.

		Lun. 2	Mar. 3
Employés			
 Florian Alvarez	35h	15:00 - 19:00 Cuisine	Indisponible
 Ariane Coulon	35h	15:00 - 19:00 Salle	15:00 - 19:00 S
 Constance De Ray	35h	Indisponible	Indisponible
 Raphaël Quioui	Extra	08:30 - 15:00 Livraison	08:30 - 15:00 Livr
 Jubéo Dizeiner	20h	08:30 - 15:00 Livraison	08:30 - 15:00 Livr

Constat 3 : Une application mobile prometteuse →

Skello est un outil disponible à la fois sur desktop et à la fois sur application mobile. Ces dernières années, le poids des recherches internet effectuées via un smartphone ont dépassé les 50% des recherches globales sur internet. Cet élément est un point important à prendre en compte, car le smartphone simplifie l'accès aux données, que ce soit pour les chefs d'entreprise que pour les salariés.

Cependant, la possibilité de télécharger l'application n'est notifiée uniquement dans le footer ce qui peut laisser penser qu'il n'existe pas d'application mobile pour gérer son compte Skello et donc représenter un frein pour les prospects.





Recherche utilisateur

FOCUS RESTAURATEURS

Nous avons réalisé une enquête et une analyse de besoin qui nous a permis de sélectionner un secteur qui avait un réel besoin compte tenu de la pandémie et de leurs diverses problématiques organisationnelles.

Nous avons donc choisi de nous concentrer sur les restaurateurs de 0 à 20 employés.



Entretiens qualitatifs

Connaître les besoins et les pains points de nos cibles dans le but de leur proposer une expérience personnalisée.

Vous trouverez :

- le guide d'animation des entretiens
- restitution des entretiens
- prise de recul





Attendus de l'étude

Skello se développe sur le secteur de la restauration

L'objectif avec cette enquête est de :

- **Mesurer** les besoins auprès d'une cible décideur économique et de professionnels du métier de la restauration
- **Comprendre** leurs habitudes de consommations
- Connaître leurs **pains points**

Les informations recueillies permettront :

- D'adapter la **segmentation** de l'offre selon les besoins de la cible.
- Trouver un **angle de communication** afin d'accompagner les commerciaux.

Méthodologie

Entretien physique ou par téléphone sous un guide d'animation.

Entretien physique ou par téléphone sous un guide d'animation.

Constitution de 3 sous-échantillons correspondants aux cibles suivantes :

- Gestionnaires de restaurant à taille humaine
- Propriétaires de restaurant à taille humaine
- Responsables restaurant à taille humaine

Nous disposons de 7 réponses (nous avons détaillé uniquement trois interviews, car l'ensemble des interviews étaient presque identique) sur ces cibles dont :

2 employés de restaurant
à taille humaine

3 responsables restaurant
à taille humaine

2 propriétaires de
restaurant à taille humaine

Guide d'animation

Dans le cadre de projet étudiant, nous souhaitons connaître vos habitudes en termes de gestion d'équipes.

DÉCOUVERTE

Éléments sur l'entreprise : localisation, taille d'entreprise, organisation...

Planning

Comment établissez-vous les plannings ? Y a-t-il des coupures ? Est-ce que le click and collect & livraison ont influé sur les plannings avec la pandémie ?

Comment gérez-vous dans le planning ?

Communication

Comment transmettez-vous les informations ? Pour des informations formelles ?

Pour des besoins urgents ?

Comment gérez-vous la paie ? Influence des intérim/turnover saisonnalités sur la paie ?





Guide d'animation

PROBLÉMATIQUE

Quel problème trouvez-vous le plus difficile et urgent ?

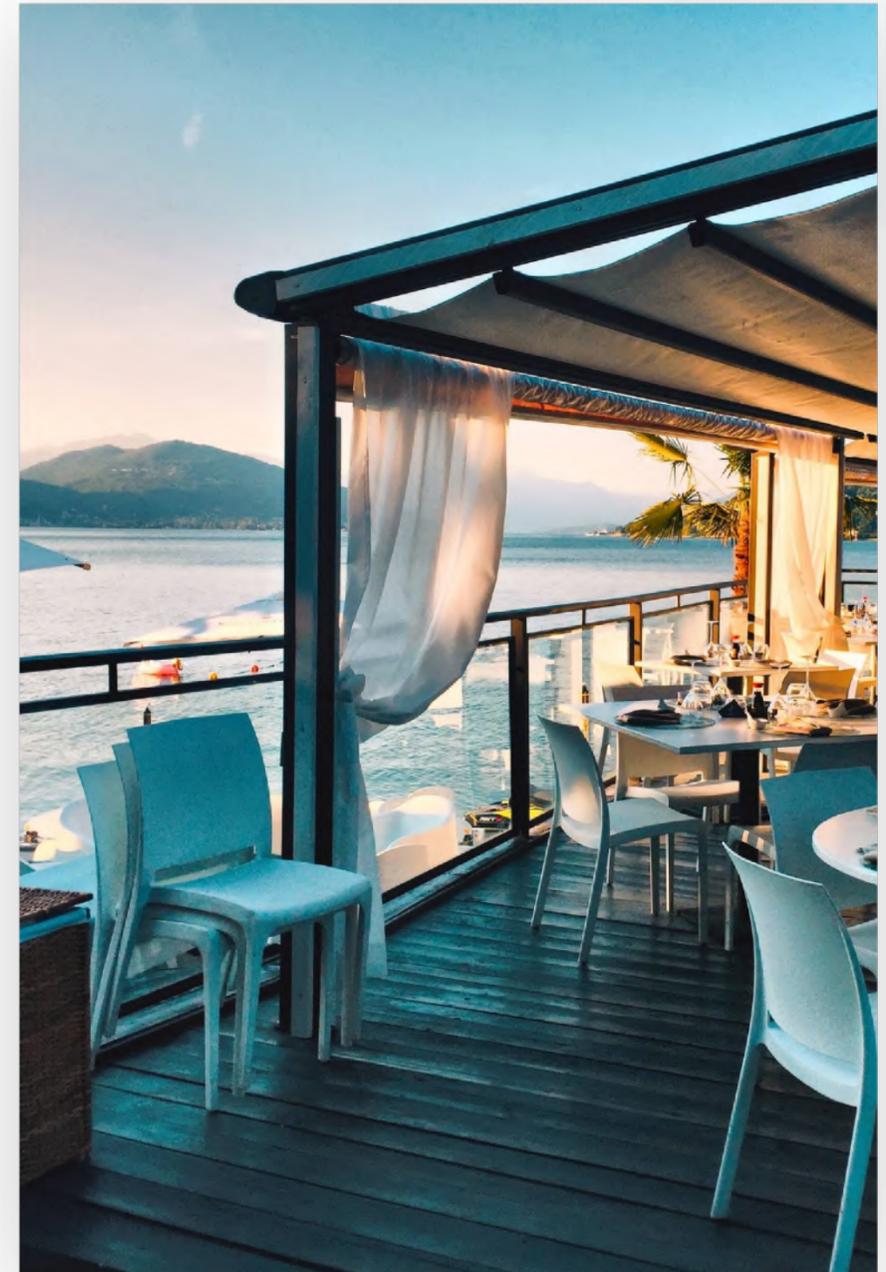
Exemples de problématiques de gestions : Retard ? Problème de communication ?

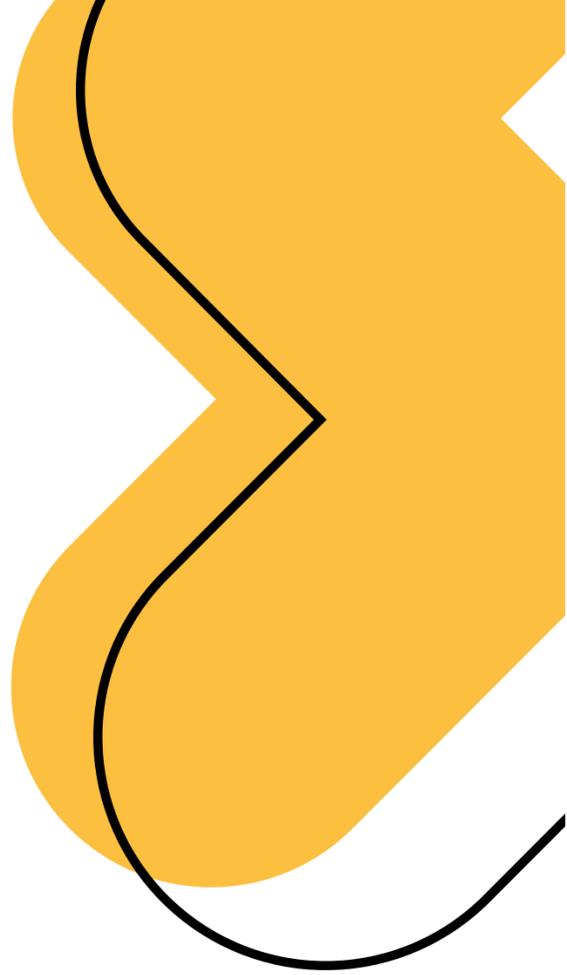
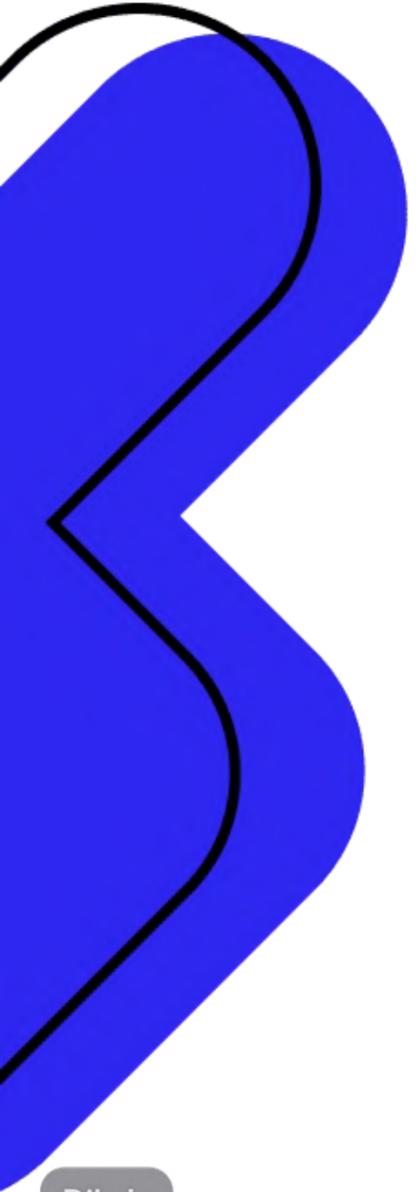
SOLUTION

Avez-vous pensé à remanier votre organisation ? Si oui, comment ? Si non, pourquoi ?

RESTITUTION DES INTERVIEWS

- Verbatims
- Convergence
- Prise de recul





ORANGE & CHOCOLAT

Restaurant front de mer à Anglet,
équipe de 6 à 10 personnes

Détail de l'interview - empathie map

1

Profil

Typologie : Jeune équipe, dynamique, familiale

Taille de l'équipe : 8 collaborateurs (+ 1 en pleine saison).

2

Le besoin

Problématique : Travaillant avec mon cercle d'ami, je souhaite pouvoir embaucher du nouveau personnel en pleine saison et me professionnaliser.

3

Observations

Ce qu'ils ont vu : Que dans les restaurants aux alentours, ils ont eu beaucoup de turn-over en saison.

4

Ce qu'ils disent

Ce qu'ils disent : Que leur organisation fonctionne bien. Qu'ils ont une certaine routine dans leurs plannings et qu'ils sont séquencés entre haute saison, basse saison, vacances scolaires.

5

Ce qu'ils font

Ce qu'ils font : Ils ont un excel bien ficelé qui est fait à l'année puis envoyé dans une conversation du restaurant par WhatsApp.

6

Ce qu'ils entendent

Ils ne se sentent pas concernés, car leur process leur semble optimal. Ils cherchent, cependant, des concurrents pour qui, ils seraient intéressants d'avoir des outils à leur disposition/

7

Leur ressenti

Craintes / frein :
Outil peu adapté à leurs besoins, ils ne s'identifient pas et ne se projette pas sur la solution. Ils expliquent, cependant, qu'ils ont un excel, une feuille pour pointer et d'autres outils home made. Il y a donc un réel besoin identifié.

8

Leurs besoins

Besoin / objectif :
Un outil simple, sans artifice qui facilite les rapports des équipes à taille humaine.

“

Nous avons une feuille pour pointer visible dans le restaurant qui est directement transmis au comptable externe et dans le cas d'un éventuel contrôle.

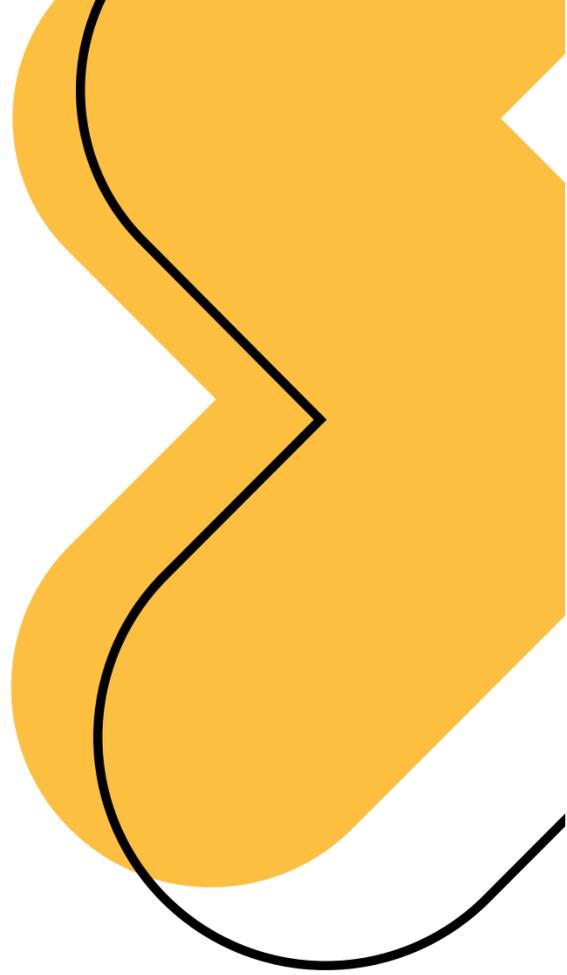
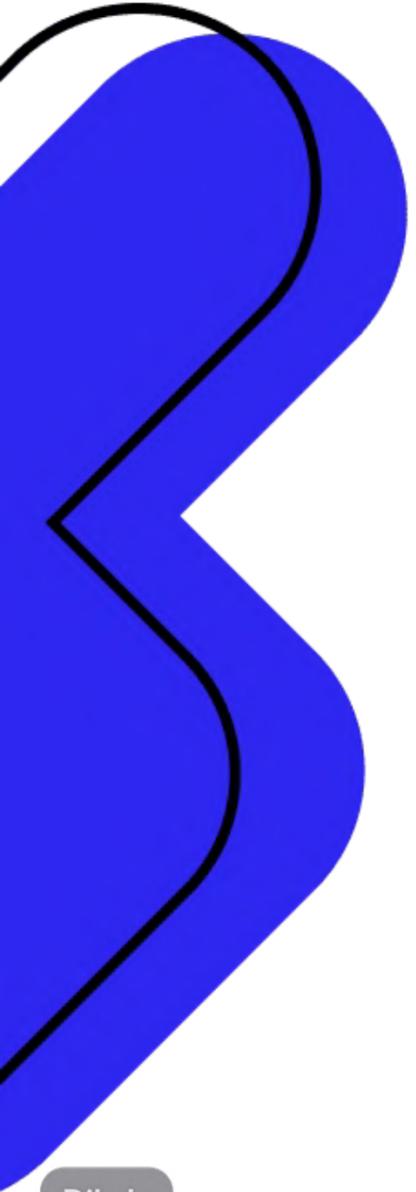
Frédérique,

Responsable dans le restaurant Orange & Chocolat



Auto-critique post entretien

- Question trop orientée : "Seriez-vous intéressé par une solution plus globale" - nous aurions dû amener l'utilisateur à se projeter à être actif "si vous avez une baguette magique..." car l'utilisateur s'est braqué et a ressenti de la prospection commerciale.
- La personne interviewée a mis en place une alternative "faite maison". Il était donc assez fermé sur l'utilisation de Skello dans son cas. Il aurait été bon d'avoir un argumentaire pouvant lui faire ouvrir les champs des possibles.



Poivre rouge

Franchise - Agen (47000)

1 dirigeant & 8 salariés

Détail de l'interview - empathie map

1

Profil

Typologie : Jeune équipe, dynamique, familiale

Taille de l'équipe : 8 collaborateurs (+ 1 en pleine saison).

2

Le besoin

Problématique : Besoin de gagner du temps sur la partie opérationnelle en libérant du temps organisationnelle

3

Observations

Ce qu'ils ont vu : ils ont déjà été démarché et ils voient certains restaurateurs utiliser cette solution.

4

Ce qu'ils disent

Ce qu'ils disent : nous ne pensons pas que ce soit utile par rapport à notre taille d'entreprise. Beaucoup de fonctionnalités ont l'air intéressantes, notamment la badgeuse.

5

Ce qu'ils font

Ce qu'ils font : Le restaurant utilise un fichier excel poussé qui permet de gérer l'ensemble des besoins, plannings et gestion de paie.

Pour ce qui est des plannings pour les salariés, on est sur une méthode papier.

6

Ce qu'ils entendent

Ils ont eu des retours de concurrents qui approuvé la solution qui est facile à prendre en main et intuitive. Cette solution pour leur concurrent est synonyme de gain de temps.

7

Leur ressenti

Craintes / frein:

- Prix de l'offre
- Peur de pas en avoir vraiment l'utilité comme c'est une petite structure

8

Leurs besoins

Besoin / objectif :

Un outil rapide, adapté à la taille de l'entreprise et avec un coût inférieur au coût actuel (Rapport temps/actions du gérant)

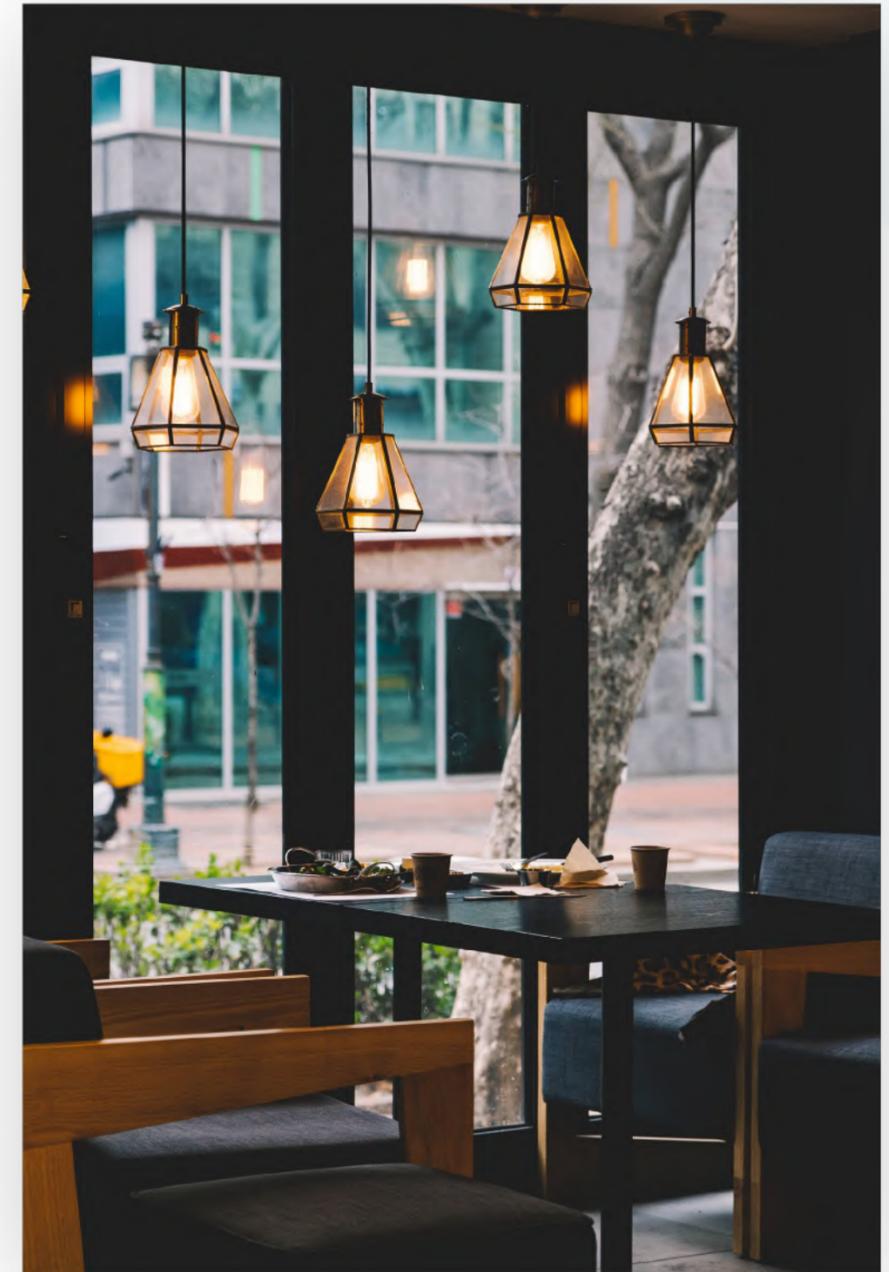
“

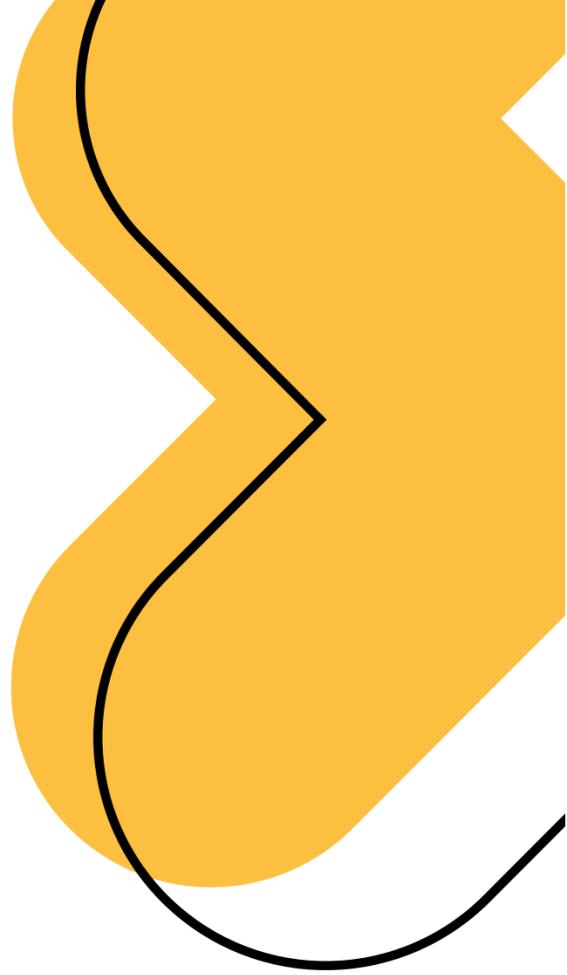
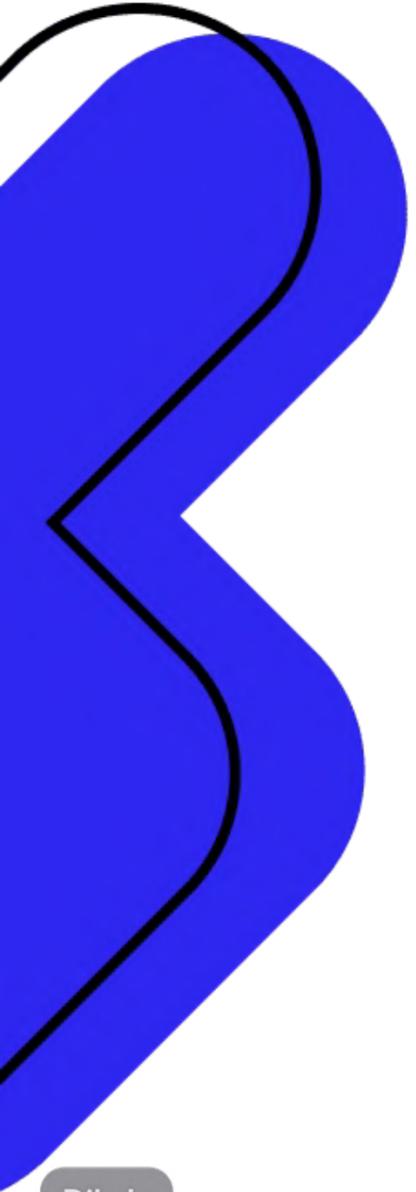
J'ai peur que cette solution soit plus adapté aux structures de plus de 20 employés

Denis, propriétaire du restaurant Poivre Rouge

Auto-critique post entretien 🧑💻

- Question trop orientée : "Avez-vous déjà été démarché par des solutions de gestion organisationnelle" - nous aurions dû amener le client à parler de son expérience (processus d'analyse du besoin - sa recherche de solutions / fait qui se soit fait démarcher).
- La personne interviewée a mis en place une alternative "faite maison". Il était donc assez fermé sur l'utilisation de Skello dans son cas. Il aurait été bon d'avoir un argumentaire type "arbre des possibles" pour orienter l'interview vers une approche moins fermée.





West Coast Burger

Bordeaux

Détail de l'interview - empathie map

1

Profil

Typologie : Jeune équipe, dynamique, familiale

Taille de l'équipe : 5 collaborateurs (+ 1 en pleine saison).

2

Le besoin

Problématique : Travaillant avec mon cercle d'ami, je souhaite pouvoir embaucher du nouveau personnel et vérifier sa fiabilité lorsque je ne connais pas la personne.

3

Observations

Ce qu'ils ont vu : ils savent qu'il existe des outils de pilotage des équipes et ils voient certains restaurateurs utiliser des logiciels de pointeuse.

4

Ce qu'ils disent

Ce qu'ils disent : nous ne savons pas si c'est nécessaire un outil de la sorte pour gérer une petite équipe. Dans le but de mettre en place une pointeuse éventuellement. Nous utilisons déjà Deliveroo pour la livraison et le Click&Collect puis nous avons un prestataire toulousain pour la gestion de la paie.

5

Ce qu'ils font

Ce qu'ils font : Le restaurant a déjà essayé de mettre en place un outil permettant de gérer les arrivées et les sorties, mais ils ont arrêté de le mettre en place, car les employés perdaient du temps à remplir leur fiche et planning sur l'ordinateur.

6

Ce qu'ils entendent

Nous n'avons pas posé les questions nécessaires afin de savoir ce qu'ils peuvent entendre de la part de leur concurrent, collègue ou paires.

7

Leur ressenti

Craintes / frein :
Outil en ligne trop complet pour une petite structure, trop de fonctionnalités trop performantes pour le besoin d'un restaurant de petite taille et peu de temps pour imposer aux employés de passer par un ordinateur afin de badger et de valider le planning.

8

Leur besoin

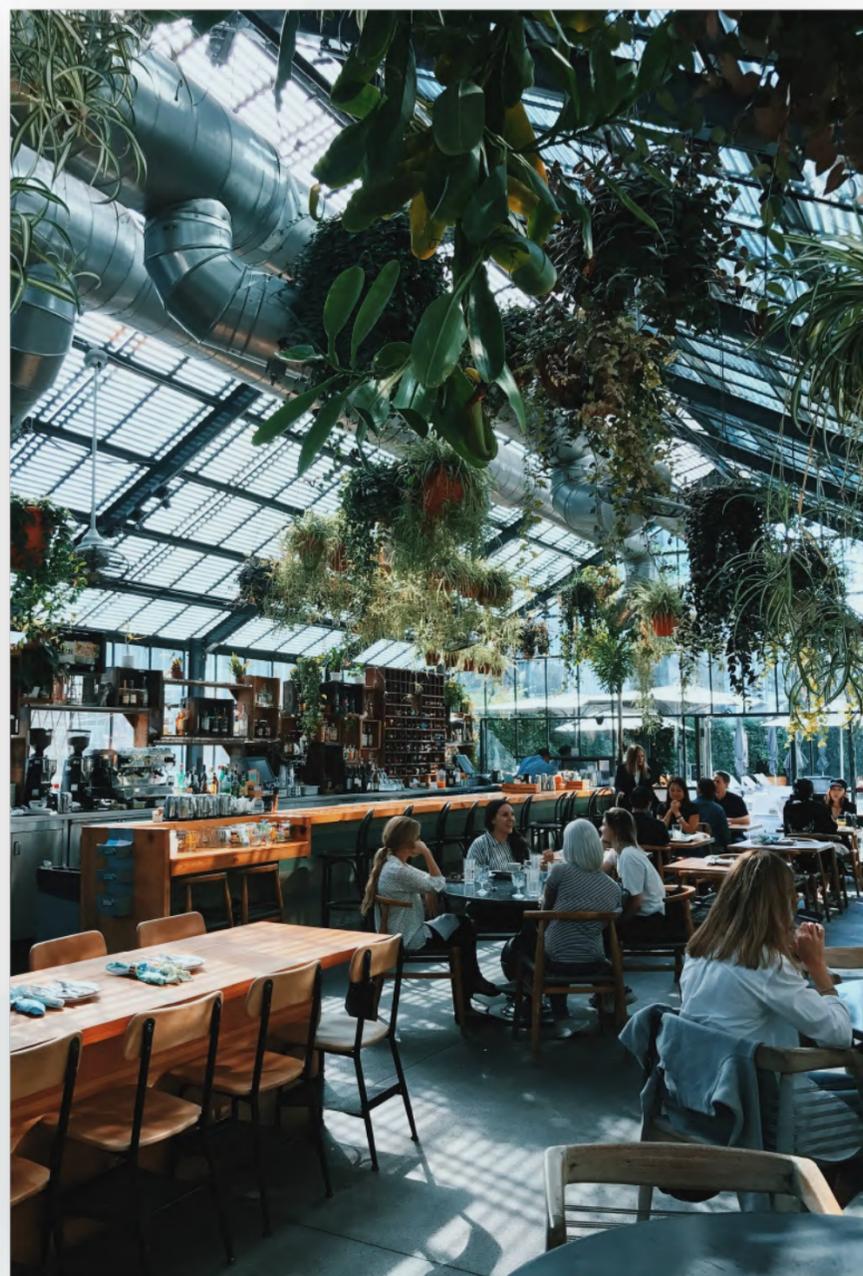
Besoin / objectif :
Un outil rapide, adapté à la taille de l'entreprise et qui répond à leur problématique spécifique en tant que restaurateur.

A woman with long dark hair, wearing a white t-shirt and large hoop earrings, is shown in profile, smiling and eating a sandwich. She is seated at a wooden table in a restaurant. The table is set with various dishes, including a plate of food, a glass of wine, and a tray of colorful breads. In the background, other diners are visible, some eating and some talking, creating a lively atmosphere. The lighting is warm and slightly dim, typical of a restaurant setting.

“

Je trouve que les outils en ligne sont trop complets et trop contraignants pour des petites équipes.

Matthieu, gérant du restaurant



Notre conclusion

Nous voyons que les **freins de ce profil sont surtout liés à un a priori sur les outils permettant de centraliser les données**. Dans le discours de ce genre d'outil, on parle d'automatisation, de gain de temps, de gestion "DES" équipes. Cela peut faire peur à des profils comme celui-ci qui sont peu nombreux et qui se font confiance.

Il y a donc un **travail sur le discours à effectuer**, mais également sur la solution que l'on apporte à ce genre de profil.

Par exemple, il serait judicieux de **mettre en avant l'application** plutôt que le site internet, pour enlever un frein. Puis de mettre en avant **le confort pour le gérant ainsi que pour les employés**, notamment dans la communication interne de l'établissement.



Persona

Persona

Adrien Auger

Persona



ÂGE : 36 ans

GENRE : Homme

ETUDES : Master entrepreneuriat

MÉTIER : Directeur de restaurant

STATUT : Marié avec deux enfants

VILLE : Bordeaux

Rôle dans la société

POSTE : Directeur de restaurant

RÔLE : Gestion organisationnelle & opérationnelle

ANCIENNETÉ : 5 ans

ÉQUIPE : 15 collaborateurs

Méthodique

Flexible

Leadership

Autonomie

Journée-type

Adrien est un réel chef d'entreprise. Sa mission principale est de s'assurer du bon fonctionnement de l'ensemble de l'établissement au quotidien sur tous les plans. Une de ses tâches est de s'occuper de la gestion financière du restaurant. Il réalise une étude de marché et un bilan d'activité de l'établissement pour ensuite définir les tarifs appliqués aux clients. Il est amené à répéter cette analyse régulièrement pour adapter au mieux ses tarifs à sa clientèle et au contexte économique du moment. Il évalue donc, en collaboration avec le chef cuisinier, le plan d'approvisionnement du magasin ainsi que les besoins en matériel par exemple.

Problématiques

- Gestion de l'ensemble des employés difficile
- Difficulté à gérer la flexibilité des plannings et les changements de dernières minutes
- Perte de temps lorsqu'il doit compenser les heures supplémentaires et payer les heures supplémentaires
- Manque de transparence sur les indicateurs RH
- Difficulté de recrutement

Priorités et objectifs

- Gestion des plannings équipes
- Avoir une équipe stable
- Libérer un maximum de temps pour l'opérationnel
- Auto-gestion presque totale de la partie organisationnelle
- Assurer la communication entre les différentes équipes
- Simplifier la réalisation des fiches de paies
- Instaurer un ensemble d'actions gestion permettant d'accroître le chiffres d'affaires de l'entreprise

Sources d'information

Adrien s'informe principalement par le biais d'internet. Il utilise beaucoup les réseaux sociaux pour y suivre ses personnalités préférées, mais il consulte surtout certains blogs afin de toujours rester au courant des nouveautés et tendances de son secteur, ce qui l'intéresse beaucoup.

Parmi ses blogs préférés, nous retrouvons :

- Food&Sens
- Kiss My Chef
- FoodConnexion
- Le Chef

Outils utilisés



Fournisseurs principaux





Problématique



Problématique

Comment proposer une offre personnalisée et gagner la confiance des restaurants à taille humaine ?



Objectifs



Objectifs



Reconquerir

Aller chercher des personnes déçues par les solutions proposées par nos concurrents et nous.



Ultra-personnaliser

Apporter une solution sur-mesure à un persona cible précis : les restaurants à petits effectifs



Scalabilité

Aller plus en profondeur et appliquer cette ultra-segmentation sur tous les secteurs concernés.



Plan d'action

Plan d'action

Étape 1 : les objectifs du plan

Skello est la solution de référence pour la gestion du planning du personnel. Au cours de ce travail, nous avons pour objectif de nous concentrer sur le secteur de la restauration afin de leur présenter le logiciel qui permettra aux restaurants d'optimiser leurs plannings et l'organisation de leurs équipes.





Plan d'action

Étape 2 : les actions

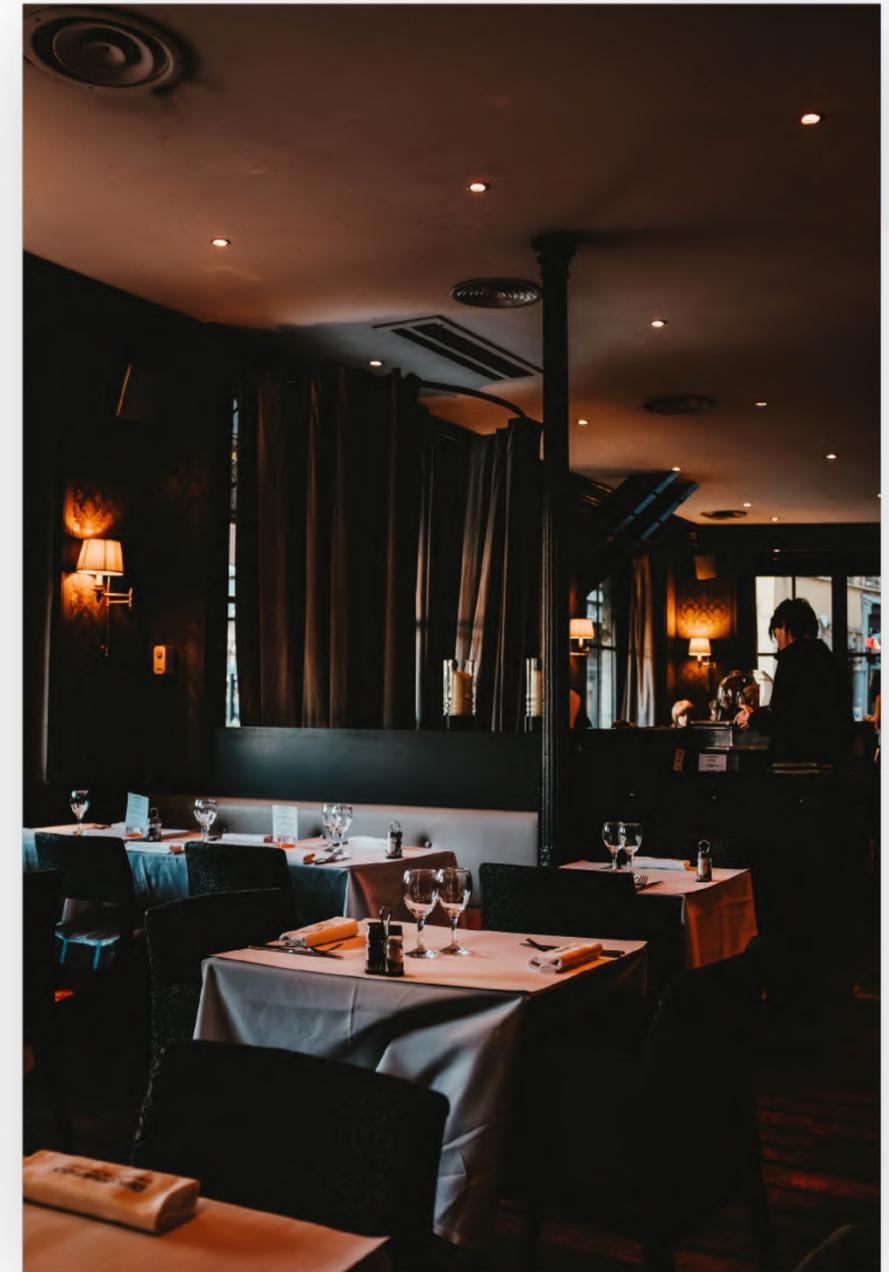
Afin de parvenir à atteindre nos objectifs que nous nous sommes fixés, nous avons établi différentes mesures que nous avons classées par priorité, l'intérêt étant de mettre en avant les actions les plus urgentes ou celles qui concourent le plus à atteindre l'objectif visé.

- La recherche utilisateur
- Les maquettes
- Les automatisations
- Stratégie de contenu
- Lead Magnet & Copywriting
- Mailing & Lead Scoring (Lead Nurturing)
- Étapes, Outils, Workflow
- Tracking & Reporting

Plan d'action

Étape 3 : les personnes impliquées

Pour parvenir à l'atteinte de l'objectif visé, chaque action sera supervisée par les responsables de notre agence et les collaborateurs possédant les compétences nécessaires. Nous nous assurerons de la bonne mise en œuvre des actions déployées dans le respect des conditions préalablement définies.





Plan d'action

Étape 4 : période de réalisation

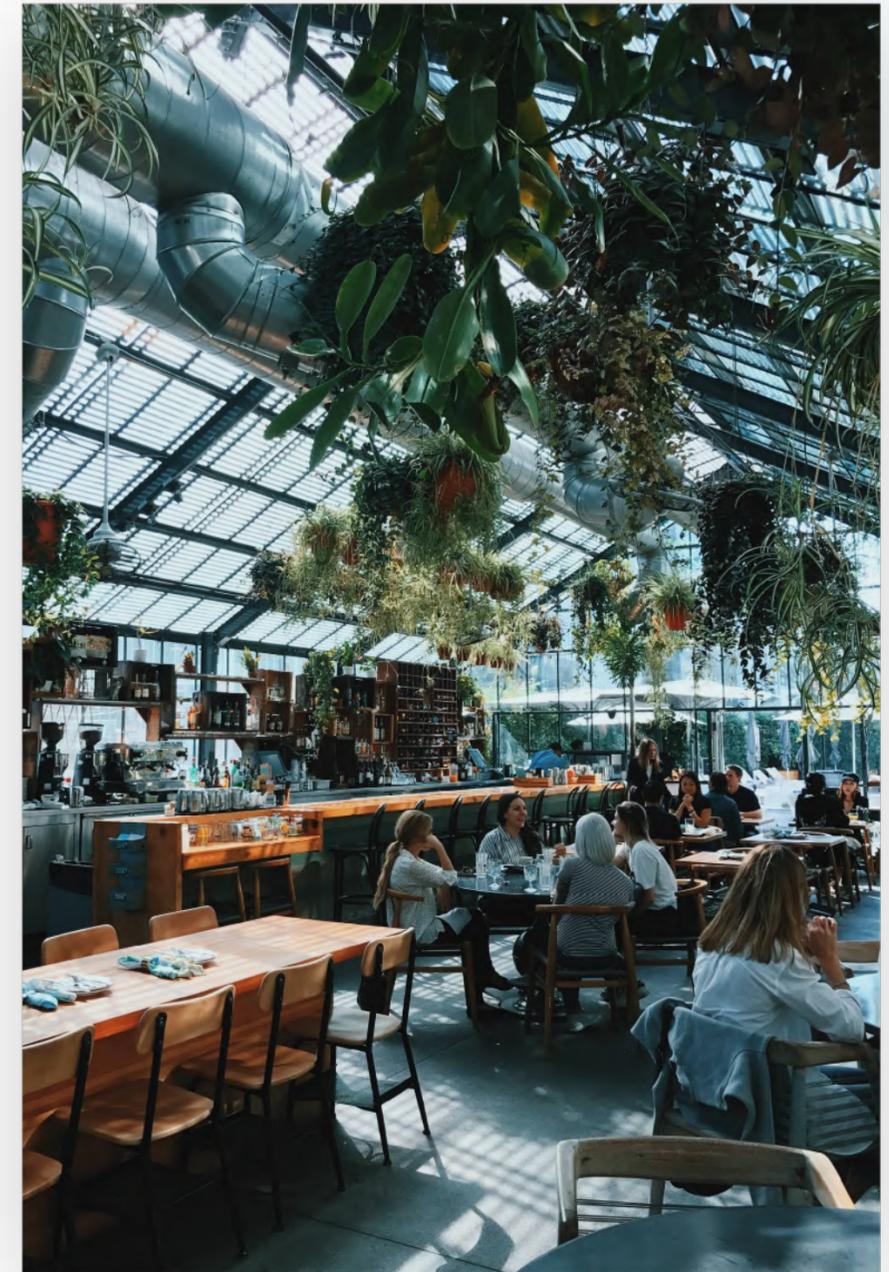
Certaines actions sont associées à une échéance bien précise, tandis que d'autres sont soumises à une certaine récursivité. Dans notre cas, nous n'avons pas la nécessité de nous focaliser sur ses modalités. En effet, l'ensemble de nos actions seront réalisées au cours de la semaine, c'est-à-dire jusqu'au 20 mai 2022.

Plan d'action

Étape 5 : critères de réussite

Définir des critères de réussite, c'est s'assurer que le résultat de l'action est bien conforme aux intentions de départ. En ce sens, nous avons ajouté des critères aux actions que nous allons mener tout le long de la semaine.

- La recherche utilisateur : définir les usages des utilisateurs du secteur de la restauration
- Les maquettes : convertir les visiteurs en leads
- Les automatisations : automatiser les tâches répétitives et à faible valeur ajoutée
- Stratégie de contenu : rendre l'entreprise plus concurrentielle à travers des informations riches et sélectionnées
- Lead Magnet & Copywriting : apporter de la valeur aux prospects et générer des leads chauds
- Mailing & Lead Scoring (Lead Nurturing) : mesurer automatiquement le degré de maturité des prospects
- Tracking & Reporting : mesurer l'efficacité des campagnes marketing et en optimiser l'impact.





Quelle stratégie mettre en place pour engager ces cibles, les rencontrer ?

Mettre en place la bonne stratégie 🏆

Il est important de savoir **adapter son offre à son audience**.

Le but est d'optimiser le parcours d'achat des prospects évoluant au sein de votre entonnoir de conversion, pour cela nous utiliserons la méthode TOFU - MOFU - BOFU.



TOFU / MOFU / BOFU

TOFU (3 mois)
Génération de Trafic
Cold

MOFU (2 mois)
Engagement & Génération
des demandes
Warm / Cold

BOFU (1 mois)
Transformation en clients
Warm

- Article : Checklist pour gérer vos équipes (jusqu'à 20 personnes).
- Infographies : Les bienfaits des outils de gestion en quelques chiffres
- Podcasts : Quels outils à mettre en place pour le développement des petits restaurateurs ?

- Livre blanc : Checklist pour améliorer la communication de petites équipes.
- Afterwork/Webinaire : Des petites équipes, de grandes automatisations.
- Retour d'expérience de restaurateurs ayant entre 5 et 20 salariés
- SEA/ADS : objectif de conversion, lien vers la landing page

- Réalisation d'une démonstration des fonctionnalités
- Une prise de rendez-vous

4%

50%

30%

20%

VISITEURS

ACQUISITION

Générer du trafic de qualité vers le site internet

CONTENUS : articles de blog, stratégie SEO, posts sponsorisés FB + Insta

KPI'S : nombres visiteurs, nouvelles visites par canal, nombre pages vues, cpc, taux d'engagement

LEVIERS : SEO, SEA, SMA, SMO

LEAD

ACTIVATION

Générer des leads qualifiés

CONTENUS : Landing page, newsletter, mail automation, démos gratuites

KPI'S : Taux de rétention, durée moyenne de la session, taux d'inscription, nombre d'objectifs réalisés + taux

LEVIERS : Lead magnet, optimisation landing page, ux du site, marketing automation

MQL

RETENTION

Évaluer la maturité des leads et les guider dans leurs parcours

CONTENUS : Newsletter, dates importantes avec le client, rendez-vous de suivi, articles blog, post RS

KPI'S : Taux de conversion Leads > MQL, taux de rétention, visiteurs récurrents

LEVIERS : Lead nurturing, Événements, Lead scoring, Mails personnalisés

SQL

REFERRAL

convertir des leads en opportunités de vente

CONTENUS : Témoignages client, afterworks

KPI'S : Nombre de parrains, nombre filleuls par parrain, note moyenne avis, demande d'avis

LEVIERS : Parrainage, Preuve de valeur, Mailing, Avis client

CLIENTS

REVENUE

atteindre l'objectif final, la vente

CONTENUS : Démo pour inciter à souscrire, webinaires

KPI'S : CLTV, nombre d'abonné, valeur d'un client

LEVIERS : Lead nurturing, ultra-personnalisation

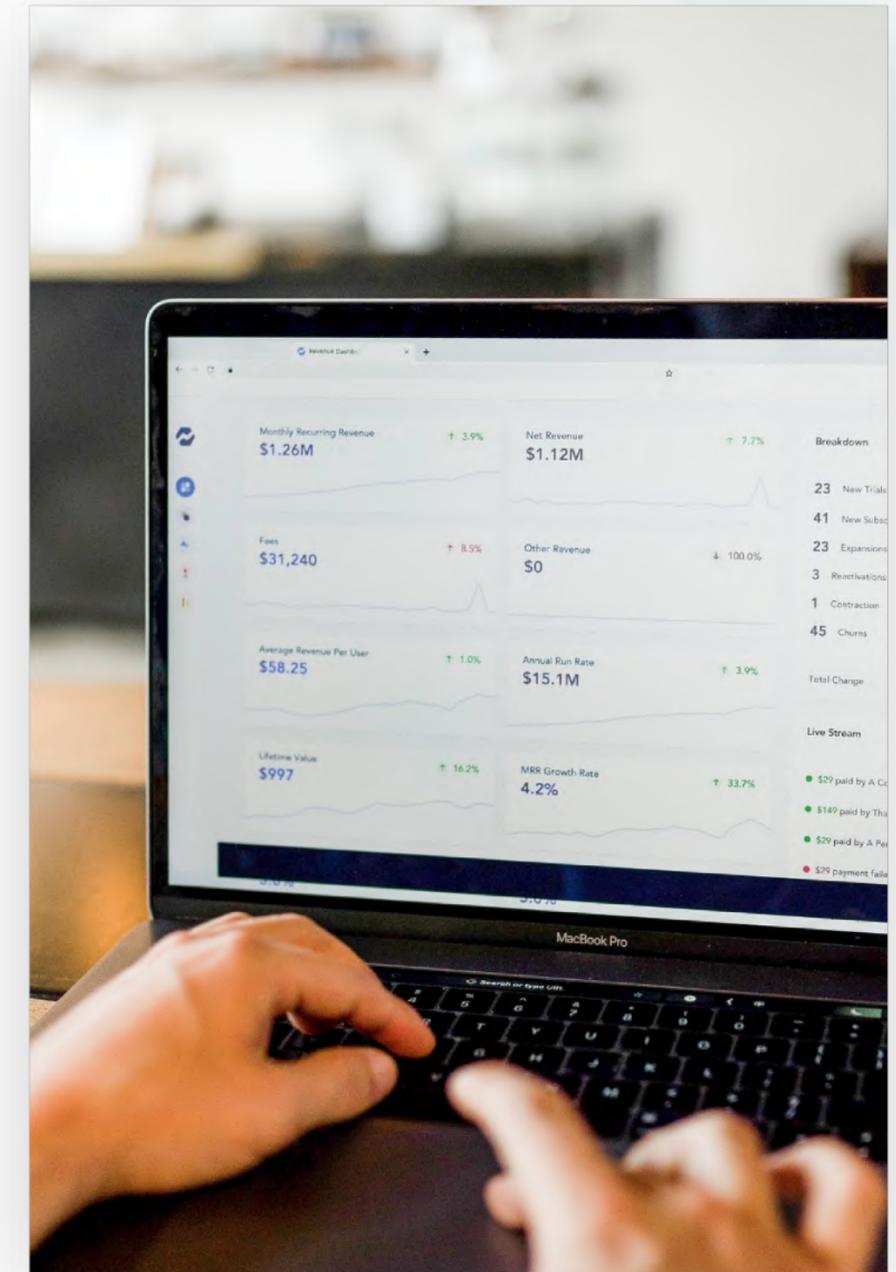


Lead magnet

Lead magnet

Mettre en place un lead magnet **permettrait d'apporter de la valeur aux prospects de Skello**, ce qui nous permettrait de qualifier et générer des leads chauds, tout en les accompagnant dans leur parcours d'achat. De plus, le lead magnet est particulièrement efficace pour des solutions SaaS et des entreprises BtoB, ce qui est le cas de Skello.

Ainsi, nous avons décidé de concentrer nos efforts sur le secteur de la restauration. En effet, à la suite de nos recherches utilisateurs, **nous avons pu obtenir le ressenti de nos personas et les points de douleurs associés**. Ces derniers se rejoignent dans la majorité des cas : certains restaurateurs ont déjà eu des solutions semblables par le passé, mais ils ont été déçus de l'expérience apportée et des fonctionnalités proposées.





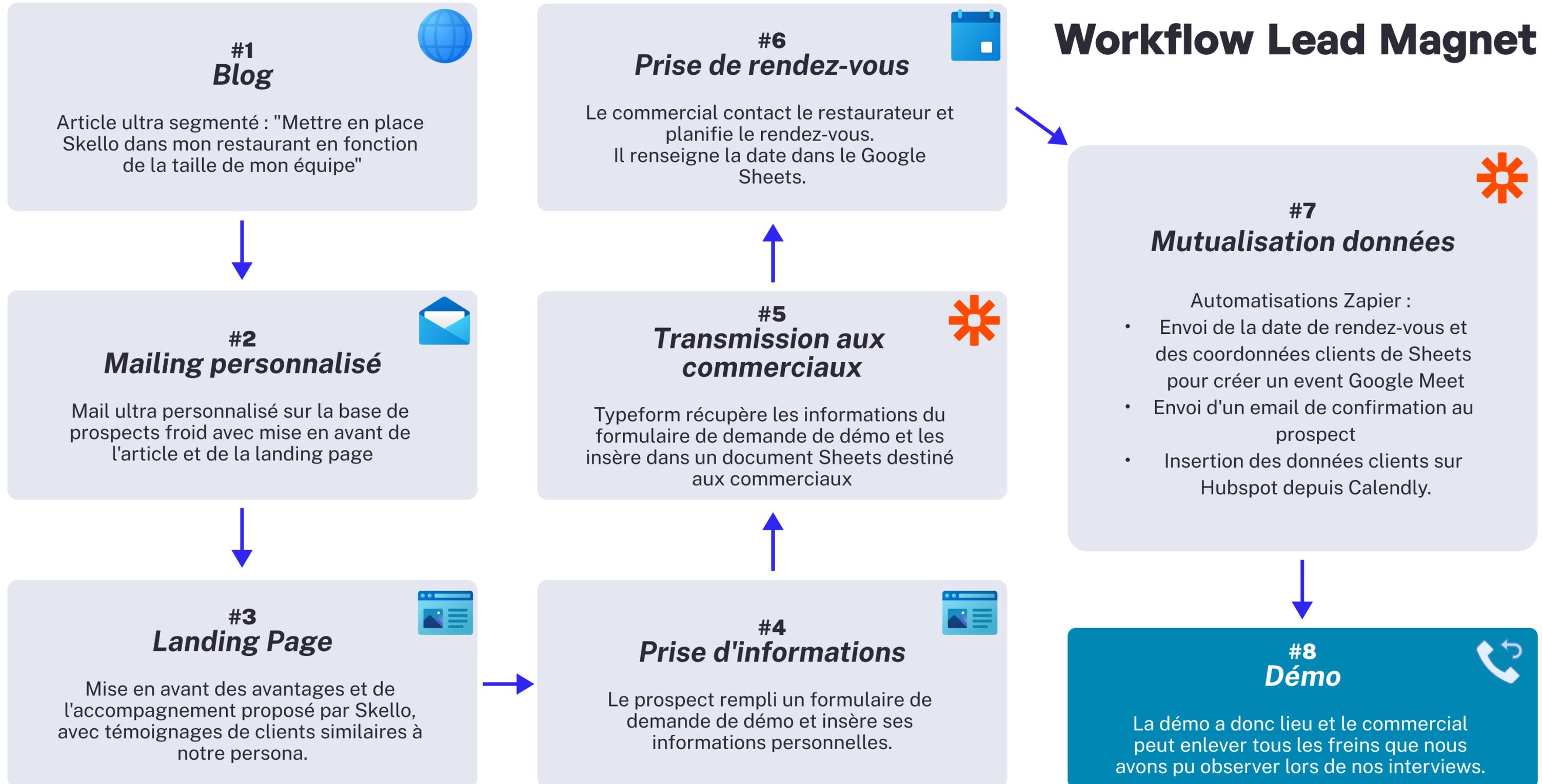
Lead magnet

Aussi, la plupart d'entre eux nous ont affirmés que ce type de solution ne leur correspondrait pas, car cela semble trop complet pour leur utilisation et la taille de leur équipe.

Nous devons donc orienter notre lead magnet pour les rassurer sur ces points et leur démontrer que Skello est la solution qu'ils leur faut et qu'elle est **parfaitement adaptée à leur situation**, peu importe leur **taille d'entreprise** et leur **chiffre d'affaires**.

En ce sens, nous avons décidé d'opter pour la démo ultra personnalisée. Bien qu'il s'agisse d'un levier déjà utilisé par Skello, il reste trop générique, peu personnalisé et non orienté pour le secteur de la restauration.

Workflow Lead Magnet



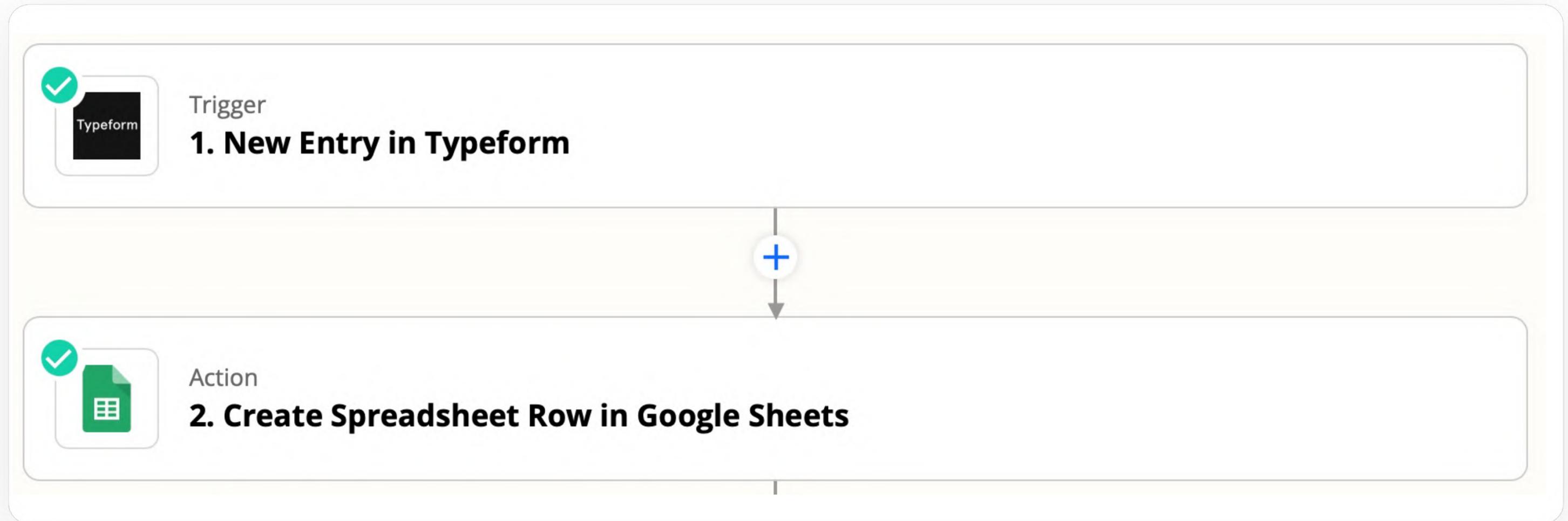
Automatisations

Vue globale

<input type="checkbox"/>	 	Envoyer prospect vers Hubspot	On 	...
 by Guillaume L. • Updated mai 19, 2022				
<input type="checkbox"/>	 	Planify & send email with meeting details	On 	...
 by Guillaume L. • Updated mai 19, 2022				
<input type="checkbox"/>	 	Send information to commerce	On 	...
 by Guillaume L. • Updated mai 19, 2022				

Automatisations

Transmission aux commerciaux



Automatisations

Planification du google meet et notifications des concernés

 Trigger
1. New or Updated Spreadsheet Row in Google Sheets

✓ **Choose app & event**

✓ **Choose account**

^ **Set up trigger** ✓

i If you want to use this trigger with a Sheet that resides in your **Google Team Drive**, you have to workaround the issue [using these steps](#).

Spreadsheet (required)
Fichier commerciaux - démo landing

Worksheet (required)
Form Embed Landing Page

You *must* have column headers

Trigger Column
Date de rendez-vous

Trigger on changes to cells in this column only. Leave this field blank if you want the Zap to trigger on changes to any cell within the row. Please note: *All new rows will trigger the Zap* even if the Trigger column is empty. Add a Filter step to stop the Zap from continuing if this column is empty in a new row.

 Refresh fields

✓ **Test trigger**

 Action
2. Schedule a Meeting in Google Meet

✓ **Choose app & event**

✓ **Choose account**

^ **Set up action** ✓

Calendar (required)
gley392@gmail.com

Note: Will only include calendars that support Google Meet meetings.

Summary
Nouvelle démo planifiée

Description
Prospect : 1. Votre nom et prénom: Pauline Laxalt
Numéro de téléphone : 1. Votre numéro de téléphone: +33658784290
Email : 1. Renseignez votre email: paulinee.laxalt@gmail.com

Start Date & Time (required)
1. Date de rendez-vous: 2022-06-04 14:30

End Date & Time (required)
1. Date de rendez-vous: 2022-06-04 14:30

Attendee Emails
1. Renseignez votre email: paulinee.laxalt@gmail.com

Enter text or insert data...

These email addresses will be invited to the meeting.

Automatisations

Typeform vers Hubspot pour les infos de prospect

 Action
2. Create Contact in HubSpot

✓ **Choose app & event**

✓ **Choose account**

✓ **Set up action**

^ **Test action** ✓

 ✓  **Test was successful!**
We'll use this as a sample for setting up the rest of your Zap.

✓ A contact was sent to HubSpot about 3 minutes ago.

Search contact data...

```
id: 101
createdAt: 2022-05-19T13:33:48.833Z
updatedAt: 2022-05-19T13:33:49.214Z
archived: false
address: null
annualrevenue: null
city: null
company: null
```

Contacts 3 fiches d'informations

Tous les contacts | Mes contacts | Contacts non attribués + Ajouter un

Rechercher un nom, un nu Propriétaire du ... Date de création Date de la derni... Statut du lead Tous les filtres (0) Actions du tableau

<input type="checkbox"/>	NOM	E-MAIL	NUMÉRO DE TÉLÉPHONE PORTABLE	PROPRIÉTAIRE DU CONTACT	DATE DE CRÉATIC
<input type="checkbox"/>	 Pauline Laxalt	pauline.laxalt@gmail.com	+33658784290	 Non attribué	Aujourd'hui à 15
<input type="checkbox"/>	 Brian Halligan (Sample Contact)	bh@hubspot.com	--	 Non attribué	Aujourd'hui à 15
<input type="checkbox"/>	 Maria Johnson (Sample Contact)	emailmaria@hubspot.com	--	 Non attribué	Aujourd'hui à 15

Précédent 1 Suivant 25 par page

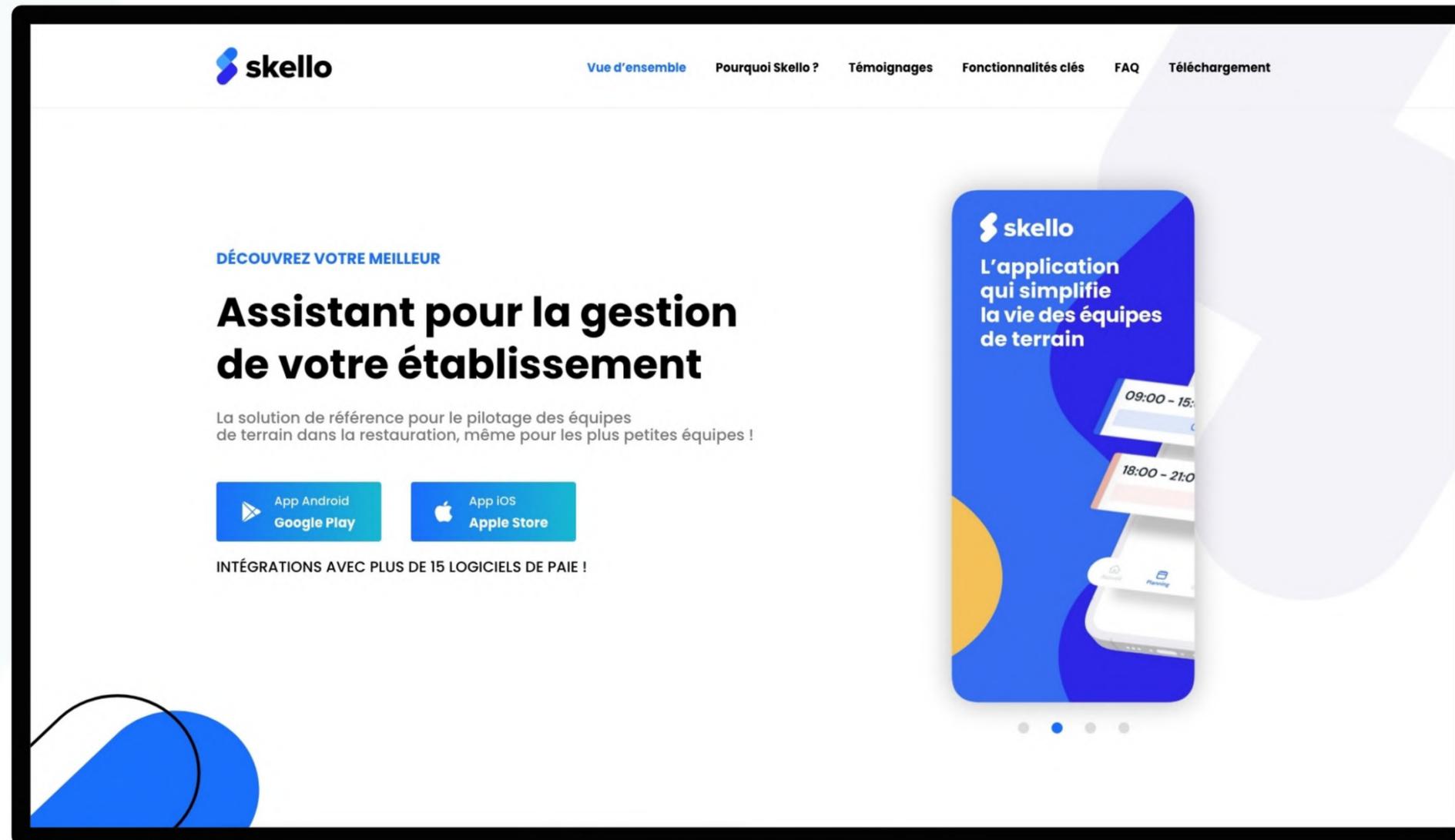
Landing page

Elle joue un **rôle important** dans le workflow de notre Lead Magnet. Sous la forme de deux versions, la landing page a pour but d'inciter nos prospects à tester notre solution par le biais d'une **démo ultra-personnalisée**.

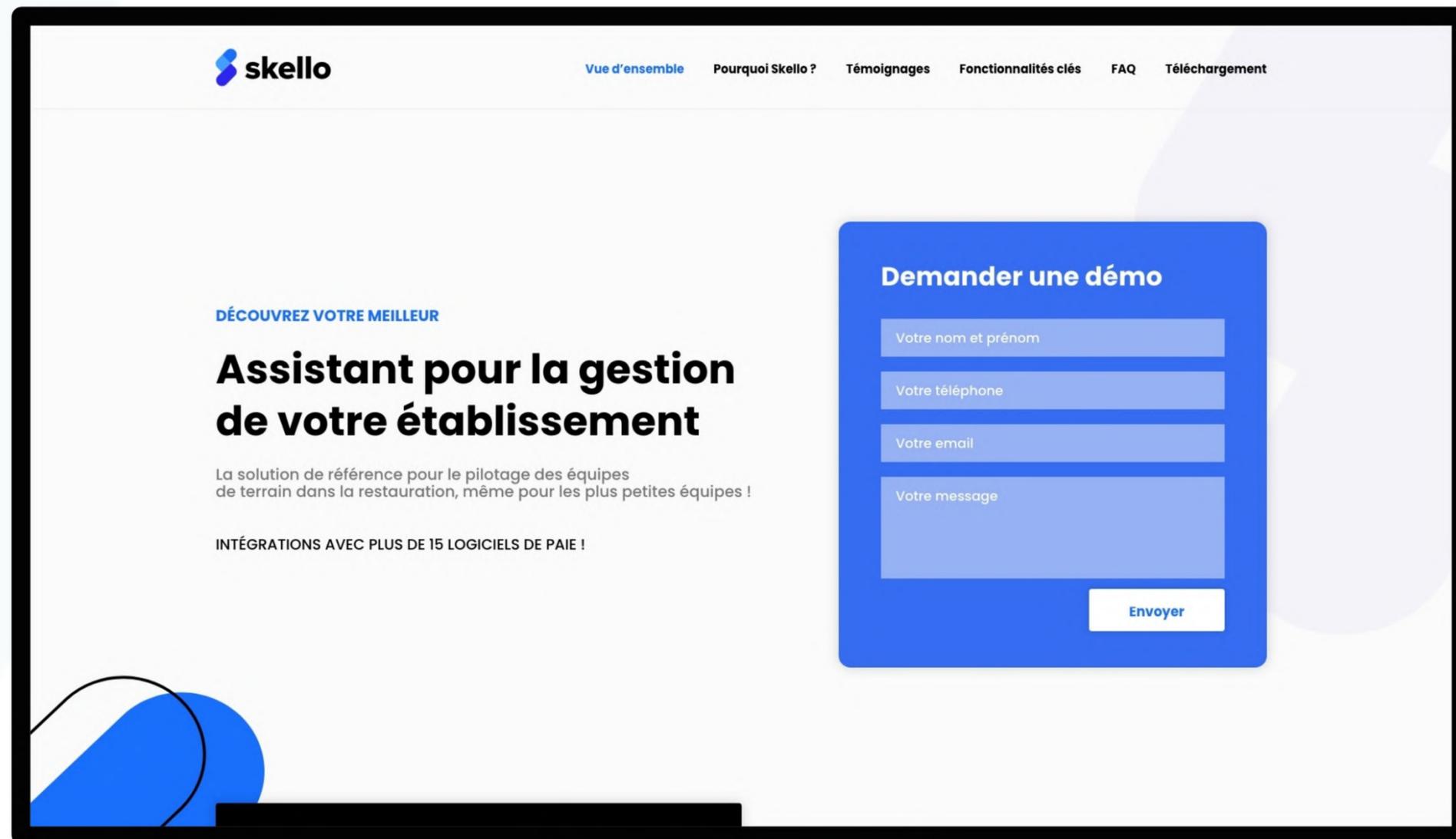
Elle rentre dans un **schéma d'activation** et nous aidera à la réalisation de nos objectifs.



Landing page #1



Landing page #2



DECOUVREZ VOTRE MEILLEUR
Assistant pour la gestion de votre établissement
La solution de référence pour le pilotage des équipes de terrain dans la restauration, même pour les plus petites équipes !



Pourquoi Skello ?
Nous avons souhaité accompagner les restaurateurs en quête de solutions pour piloter au mieux les équipes à l'échelle humaine.
Dans un milieu avec un taux de turnover, de problèmes liés à la fréquentation, à la saisonnalité, Skello s'est construit comme un partenaire pour tous les gérants et équipes dans les établissements de la restauration.

- + 7 000** Clients qui nous font confiance
- + 40 000** Téléchargements sur iOS et Android
- Badguese** Une option badguese disponible

Fonctionnalités clés

Notre application regroupe la réponse à tous vos besoins.

- Planning** Créer votre planning en 1 clic et partager-le
- Communication** Profitez d'une communication en temps réel avec vos équipes
- Pole** Traiter automatiquement le pole de vos collaborateurs
- Tableau de bord** Analyser en un coup d'œil vos performances mensuelles
- Badguese** Suivre les ventes et les dépenses
- Génération de documents** Générer et exporter vos documents fiscaux

Derniers témoignages

- Michel Lebrun** Gérant d'un réseau de restauration
- Marie Blamen** Gérante de restaurant
- David Mabeau** Gérant d'un restaurant

FAQ

- 1 - Depuis quand accompagnons-nous les restaurateurs ?
- 2 - Combien de restaurateurs nous font confiance ?
- 3 - Quelles sont les avantages d'utiliser une app pour piloter les équipes ?
- 4 - Comment la gestion de la paie s'articule-t-elle ?

Téléchargement
Vous voulez vous lancer avec nous et piloter plus simplement vos équipes ? Vous pouvez télécharger l'application et demander la démo dès que vous le souhaitez avec notre solution !

[Télécharger sur Google Play](#) [Télécharger sur Apple Store](#)

DECOUVREZ VOTRE MEILLEUR
Assistant pour la gestion de votre établissement
La solution de référence pour le pilotage des équipes de terrain dans la restauration, même pour les plus petites équipes !

Demander une démo

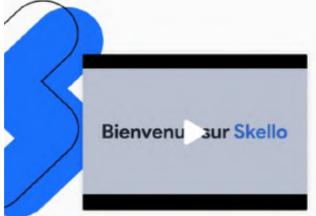
Votre nom et prénom :

Votre email :

Votre numéro :

Votre message :

Envoyer



Pourquoi Skello ?
Nous avons souhaité accompagner les restaurateurs en quête de solutions pour piloter au mieux les équipes à l'échelle humaine.
Dans un milieu avec un taux de turnover, de problèmes liés à la fréquentation, à la saisonnalité, Skello s'est construit comme un partenaire pour tous les gérants et équipes dans les établissements de la restauration.

- + 7 000** Clients qui nous font confiance
- + 40 000** Téléchargements sur iOS et Android
- Badguese** Une option badguese disponible

Fonctionnalités clés

Notre application regroupe la réponse à tous vos besoins.

- Planning** Créer votre planning en 1 clic et partager-le
- Communication** Profitez d'une communication en temps réel avec vos équipes
- Pole** Traiter automatiquement le pole de vos collaborateurs
- Tableau de bord** Analyser en un coup d'œil vos performances mensuelles
- Badguese** Suivre les ventes et les dépenses
- Génération de documents** Générer et exporter vos documents fiscaux

Derniers témoignages

- Michel Lebrun** Gérant d'un réseau de restauration
- Marie Blamen** Gérante de restaurant
- David Mabeau** Gérant d'un restaurant

FAQ

- 1 - Depuis quand accompagnons-nous les restaurateurs ?
- 2 - Combien de restaurateurs nous font confiance ?
- 3 - Quelles sont les avantages d'utiliser une app pour piloter les équipes ?
- 4 - Comment la gestion de la paie s'articule-t-elle ?

Vous souhaitez demander une démo ?
Nous pourrions vous accompagner pour la mise en place de Skello.

Votre nom et prénom :

Votre email :

Votre numéro :

Votre message :

Demander une démo



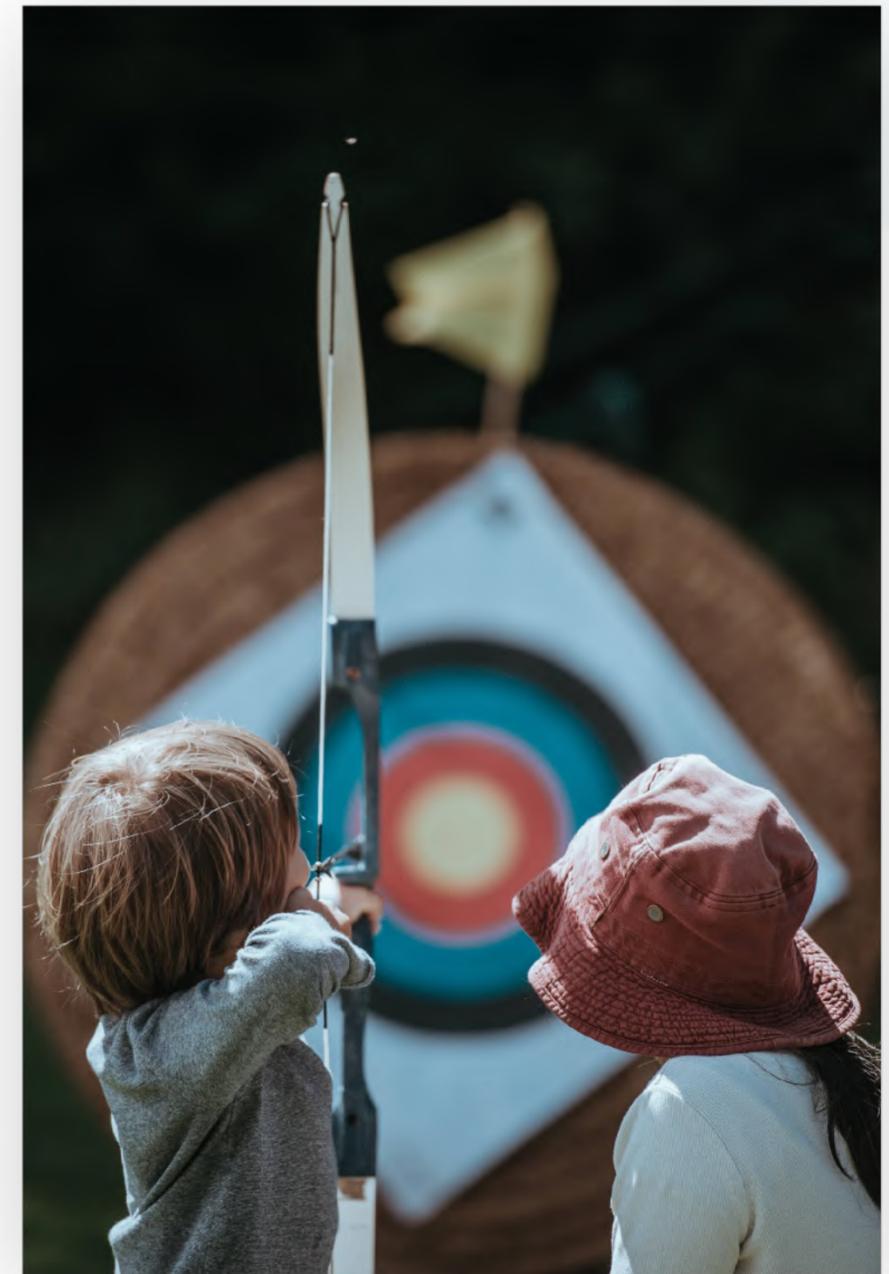
Lead scoring

Lead scoring *100*

Le lead scoring est une étape importante à ne pas négliger. La mettre en place permettra d'évaluer la maturité des prospects de Skello et leur adéquation avec la cible. En outre, cela offrira l'opportunité de détecter les prospects les plus avancés dans leur cycle d'achat et de permettre aux commerciaux de ne traiter que les « prospects chauds ».

Le lead scoring comportemental

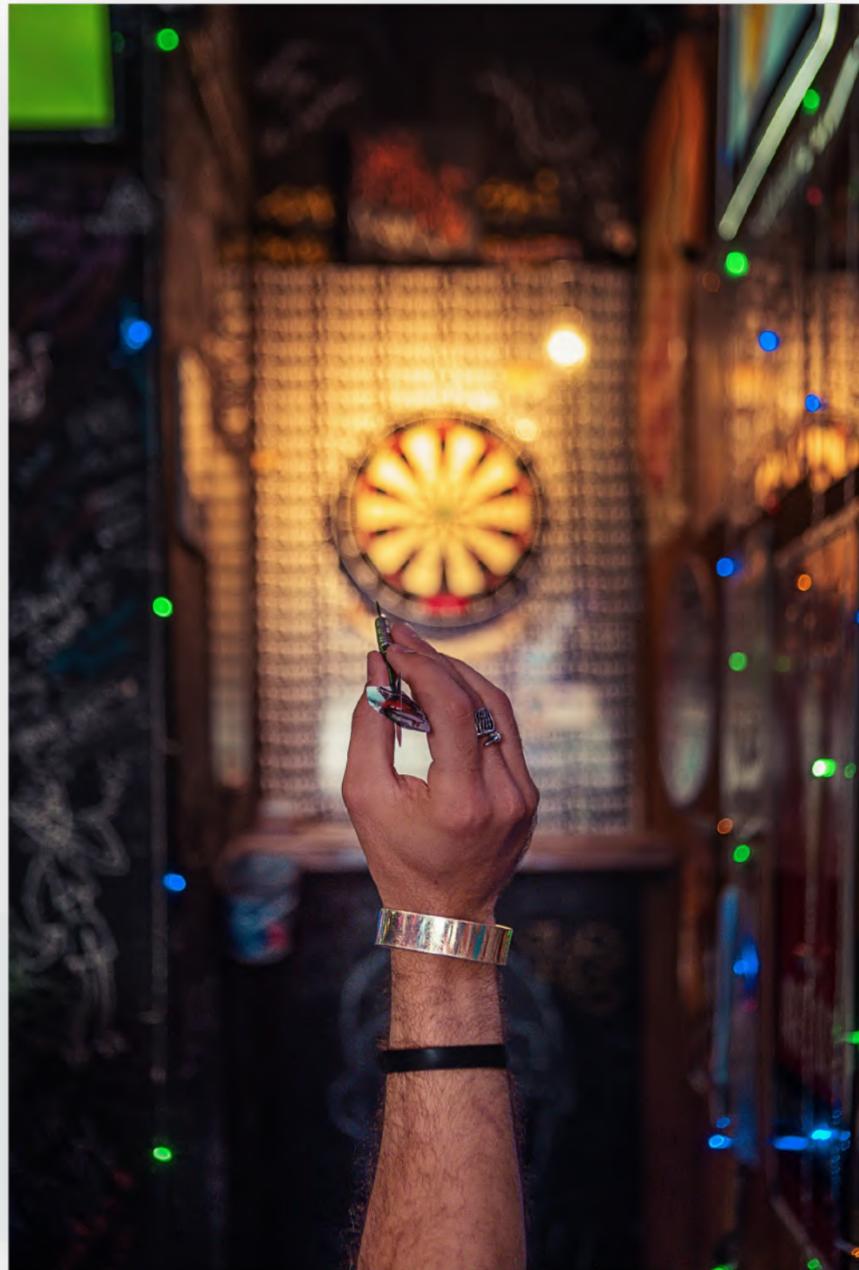
Le scoring comportemental consiste à attribuer une note aux actions de nos prospects sur le site web, nous indiquant quels prospects doivent être transférés à la force de vente. Ce scoring est rendu possible en installant un script de tracking sur le site web de Skello.



Lead scoring 100

En outre, le scoring comportemental va permettre aux équipes commerciales de Skello de ne pas perdre du temps à appeler des personnes qui n'ont pas de potentiel de conversion et de se concentrer uniquement sur l'essentiel.

Action	Score
Inscription newsletter	5
Ouverture newsletter	1
Clic CTA newsletter	4
Clic lien newsletter	2
Téléchargement livre blanc	15
Inscription Webinaire	7
Visionnage replay webinaire	20
Inscription Afterwork	25
Demande de démonstration	45



Lead scoring 100

Découverte

- Article de blog
- Inscription à la newsletter
- Ouverture newsletter
- Clic sur le lien d'un email
- Clic sur CTA newsletter

**Entre
0 & 12 points**

Le contact devient un MQL
envoyé aux commerciaux

Évaluation

- Participation au webinar ou événement
- Téléchargement du livre blanc
- Visionnage replay webinaire

**Entre
12 & 41 points**

Le MQL devient SQL envoyé
à l'équipe commerciale

Achat

- Demande de démonstration

**Entre
41 points & plus**

Le SQL est contacté par
l'équipe commerciale



skello

KPI'S

Les KPIs à suivre *100*



KPIS LANDING PAGE

Source du trafic

Taux de rebond

Nombre de conversion

Clics sur les CTA (AB Testing)

Abandon de formulaire (hotjar)

Heatmap (hotjar)



KPIS NEWSLETTER

Taux d'ouverture

Taux de clic

Nombre de désabonnements

Leads générés

Nombre de conversion



KPIS GLOBAUX

Nombre de rendez-vous pris

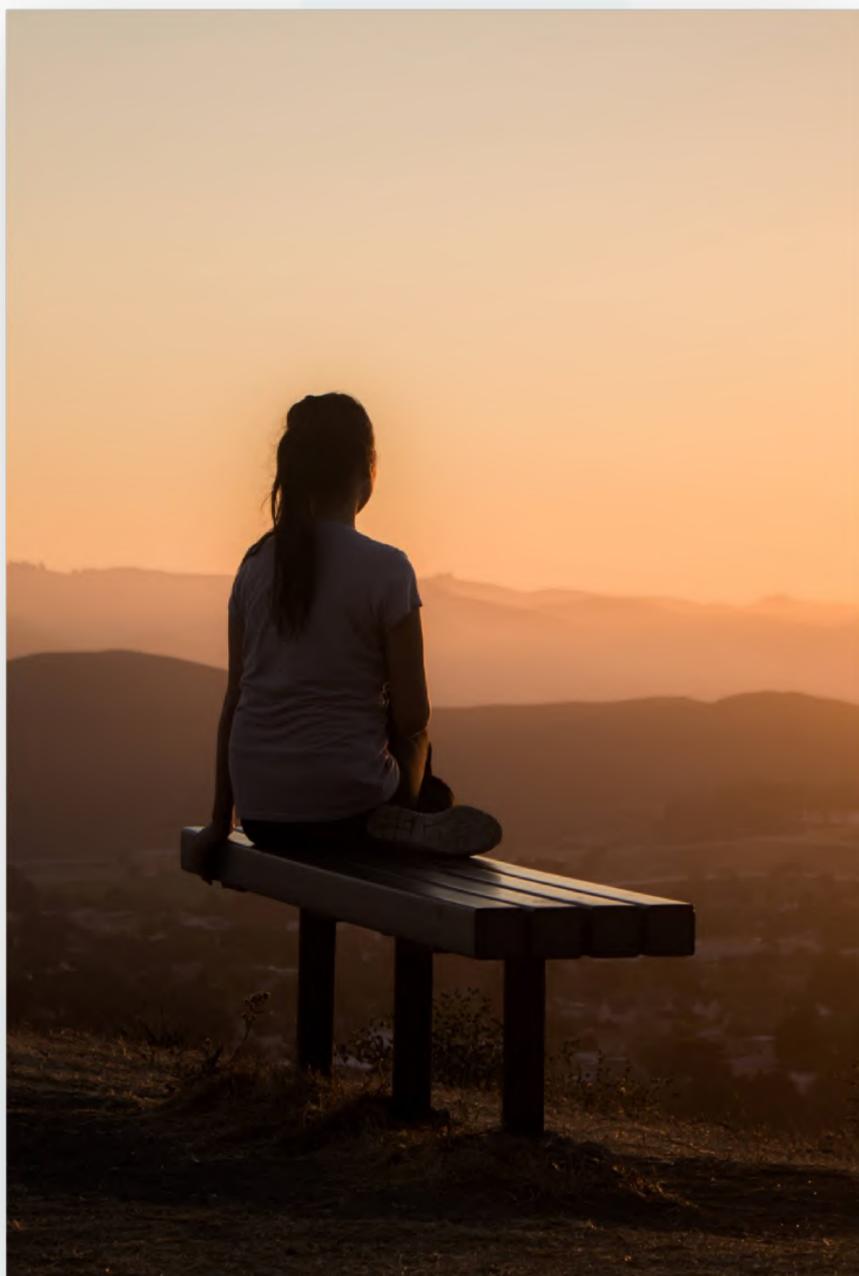
Nombre de prospects réactivés

Nombre d'abonnements à la solution

Augmentation chiffre d'affaire



Auto-critique



Auto-critique

Et si c'était à refaire ?

Dans le cas de notre équipe, le travail a été bien réparti et tout le monde a su trouver sa place. Pour nous, la **cohésion d'équipe** permet le dépassement de soi au profit du collectif. Chaque membre a été important et a permis à l'équipe d'atteindre l'objectif que l'on s'était fixé.

Le seul point négatif que nous avons trouvé durant cette semaine est que nous aurions aimé mener **davantage d'interviews** afin d'approfondir notre cible et notre persona, mais le temps nous manquait et les restaurateurs étaient difficiles à contacter.

Nous nous sommes attaqués à un secteur très précis et cela a été un **choix difficile à assumer**, car nous n'avions pas toutes les données en main pour mener à bien notre stratégie, mais la cohésion d'équipe et le travail effectué par tous nous a permis de combler ce manque.

Merci !

